

Press Release

報道用資料

2009年10月1日

自動車メーカー純正ナビの顧客満足度は、トヨタが2年連続第1位

2009年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査 ＜自動車メーカー純正ナビセグメント＞

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィック（本社：東京都港区、代表取締役社長：アルバート ラパーズ、略称：J.D. パワー）は、2009年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査＜自動車メーカー純正ナビセグメント＞の結果を発表した。

当調査は、自動車メーカー純正のナビゲーションシステム（標準装備・メーカーオプション、および純正仕様の販売店装着オプション HDD ナビの総称。以下、純正ナビ）に関する顧客満足度を測定するものである。検索・案内機能だけでなく、音楽・映像機能やテレマティクスサービスなど、車載情報機器としてのナビの評価を幅広く測定している。今年2回目の調査となる純正ナビセグメントは、2007年4月から2009年3月に新車を購入した純正ナビ利用者を対象に2009年7月にインターネット調査を実施し、4,405人から回答を得た。

当調査では総合的な満足度に影響を与える要因を、テレマティクスサービスの利用者と非利用者において分析している。テレマティクス非利用者において満足度に影響を与えているのは、「サービスサポート*（8%）」、「ドライビングサポート**（36%）」、「カーライフサポート***（42%）」、「コスト（14%）」の4つのファクターであった（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。

テレマティクス利用者においては、これら4つのファクターに「通信環境」を加えて分析をした。その影響度は「サービスサポート（7%）」、「ドライビングサポート（28%）」、「カーライフサポート（22%）」、「通信環境（23%）」、「コスト（20%）」であった。総合満足度スコアは、これらのファクターを構成する複数の詳細項目に対する顧客の評価を基に算出されている。

サービスサポート*：ナビのカatalogやメーカーホームページ、または購入店舗から得られる各種情報の評価

ドライビングサポート**：目的地検索やルート案内、地図情報などナビゲーションシステムの基本機能の評価

カーライフサポート***：音楽・映像再生機能、盗難や車両故障に対するサポート、PCや携帯電話との連携機能の評価

顧客満足度ランキングでは、対象となった6メーカー中、トヨタが550ポイントで2年連続第1位となった。トヨタは、「ドライビングサポート」と「カーライフサポート」ファクターが対象メーカー中トップ評価であった。中でも、近年ナビを選ぶ理由として増加傾向にある音楽・映像などのアミューズメント機能で評価が高いことが満足度第1位の要因のひとつとして挙げられる。第2位はホンダ（538ポイント）で、「サービスサポート」でトップ評価を得た。第3位の日産（535ポイント）は「コスト」と「通信環境」でトップ評価を得た。以降、三菱（526ポイント）、マツダ（522ポイント）、ダイハツ（518ポイント）と続いた。

◆テレマティクスの普及にはサービス内容やメリットの訴求が求められる◆

今回の調査において、純正ナビ保有者におけるテレマティクスの認知率は56%と3年前の52%からほぼ同水準で推移していた。また、テレマティクスの利用率も今回の調査では14%、3年前は16%と伸び悩んでいることが明らかとなった。過去3年間の推移でみると、テレマティクスの認知・利用とも大きくは進展していないようだ。

そうした中、テレマティクスを利用しない理由をみると、サービスの内容や通信機器、料金についてわからなかったからという理由が昨年より9ポイント増加していた。“テレマティクス”というサービス名は自動車ユーザーの半数以上で認知はされているものの、その内容や利用方法についてはよくわからないという実態が垣間見える。また、このことは、顧客にサービスを今後よりよく理解してもらうことで、潜在的な利用者の拡大が見込めることも示唆している。今後は、サービス内容などの周知とともに、情報のリアルタイム性や、車両盗難・故障など緊急時の予防安全性といった、テレマティクスのニーズの高いサービスベネフィットを訴求していくことが肝要であろう。

*J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワー・アンド・アソシエイツの日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として 1990 年に設立された。自動車業界を始めコンピューター、通信関連、OA 機器、サービス産業、金融など様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。プライバシーマーク取得。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト www.jdpower.co.jp まで。

<J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて>

ザ・マグロウヒル・カンパニーズの一部門である J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。

<ザ・マグロウヒル・カンパニーズについて>

1888 年に設立されたザ・マグロウヒル・カンパニーズ（NYSE: MHP）は、スタンダード&プアーズ、マグロウヒル・エデュケーション、ビジネスウィーク、J.D. パワー・アンド・アソシエイツなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス企業である。世界 40 カ国に 280 カ所以上の拠点を有し、2008 年の売上高は 64 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.com まで。

<当調査に関するお問い合わせ先>

(株) J.D. パワー アジア・パシフィック
クライアント・サービス・グループ

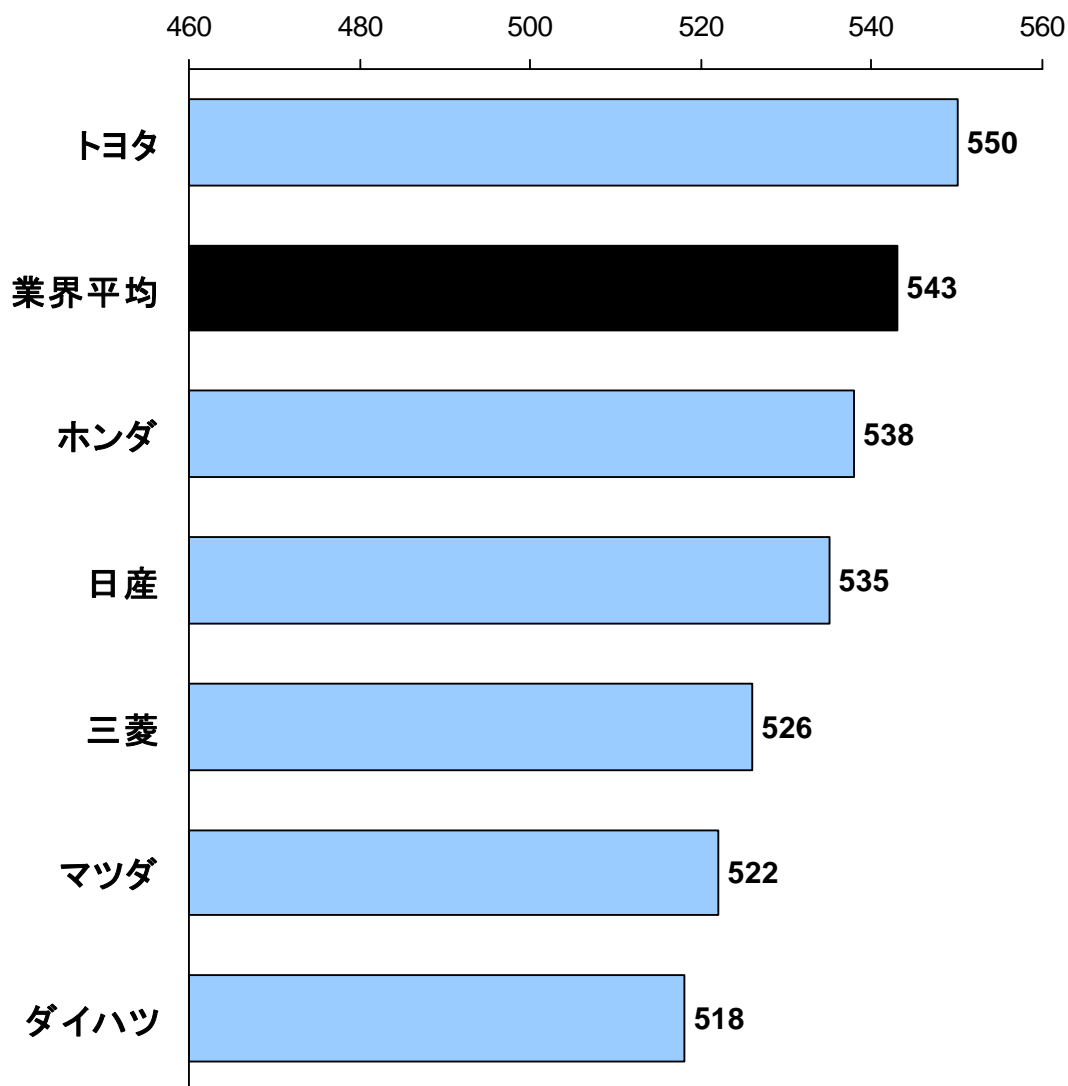
住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル（〒105-0001）
電 話： 03-4550-8060
F A X： 03-4550-8152
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

J.D. パワー アジア・パシフィック
2009年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM
<自動車メーカー純正ナビセグメント>

メーカー別ランキング
(1,000ポイント満点)



注: サンプル数が99以下の自動車メーカーはランキングに含まれていません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

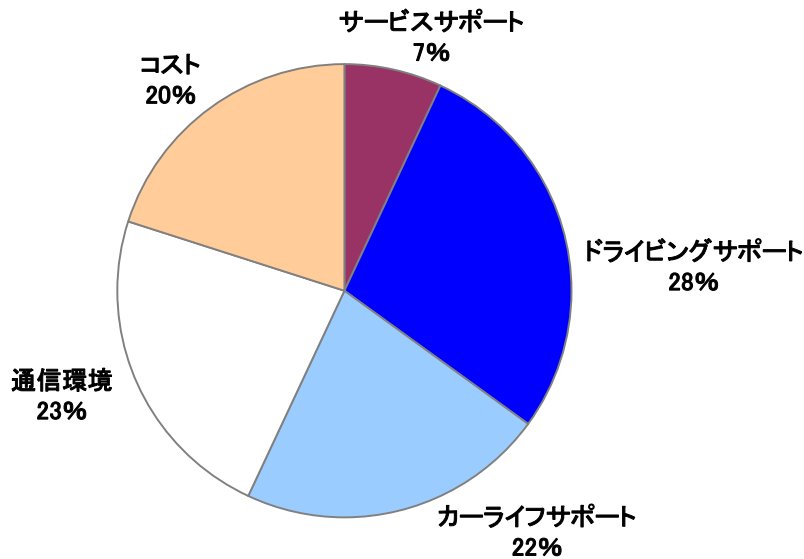
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM

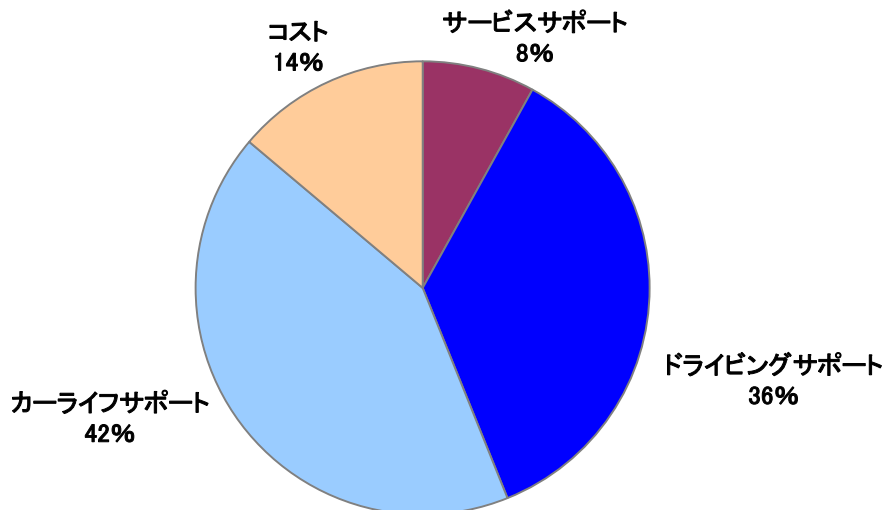
<自動車メーカー純正ナビセグメント>

総合満足度スコアを構成するファクター

テレマティクスサービス利用



テレマティクスサービス非利用



注: 各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM) を明記して下さい。